Régie du secteur socioculturel
Activité cinéma
Loriol sur Drôme

Le journal du Cinéma Espace(s)

N° 32 - OCTOBRE 2009

La désinformation (1ère partie)

I - Désinformation : tentative de définition

La **désinformation**, c'est-à-dire le fait de désinformer, est un mot récent emprunté à la langue russe (*dezinformatsiya*) puis passé à l'anglais (*disinformation*). Il apparaît en France en 1974. Contrairement à ce que ce mot suggère de prime abord, au regard notamment du préfixe (de, dé-, des-, dés-), la désinformation ne constitue pas nécessairement une perte de données... Aujourd'hui le sens de ce mot est encore fluctuant, et il connaît des variantes importantes selon les auteurs qui l'emploient, certains le rapprochant de la propagande quand ils n'en font pas un simple synonyme. **En France, l'écrivain Vladimir Volkoff (1932-2005) est le premier à avoir révélé au grand public les principaux mécanismes de la désinformation**. C'est dans *Le montage* (1982) qu'il s'emploie à cerner les méthodes employées pour influer sur l'opinion publique. En 1997, dans *Petite histoire de la désinformation* Volkoff entreprend d'en donner une définition précise, de définir ce qu'elle est et donc ce qu'elle n'est pas.

La désinformation, dans la mesure où l'idée d'influencer l'opinion lui est inhérente, se rapproche de trois autres techniques : la propagande, la publicité et l'intoxication.

La propagande est une information destinée à un public, cette information étant perçue comme l'expression de la seule vérité possible (le mot est connoté, on entend souvent par propagande manipulation, bourrage de crâne, mensonges, etc.). La propagande dit ce qu'elle a à dire, elle n'a pas de seconde intention. **La finalité est claire : il s'agit de persuader, d'endoctriner pour modifier les comportements**. Enfin, elle est manichéenne avec les bons d'un côté et les méchants de l'autre.

La publicité ne **cherche** pas à informer mais **à influencer à des fins commerciales**. Il suffit de prendre un exemple pour bien cerner de quoi il s'agit : si une publicité associe une jolie fille à la voiture XY, le consommateur sait très bien que la jolie fille n'est pas un accessoire ou une option du véhicule ! La publicité fait l'éloge d'un produit, **elle cherche à séduire.**

La propagande et la publicité se rejoignent parfois, d'aucuns diraient de plus en plus souvent, car aujourd'hui on lance un candidat comme une nouvelle pâte dentifrice !

Des hommes d'influence

Film américain – 1997 – 1h35 – Comédie réalisée par Barry Levinson. Avec Dustin Hoffman, Robert De Niro, Denis Leary.

Pour sauver le candidat Président des Etats-Unis, éclaboussé par un scandale de mœurs quelques jours avant l'élection présidentielle, ses conseillers décident, pour détourner l'attention des électeurs, d'inventer une guerre dans quelque coin obscur de la vieille Europe.

Séance	Horaire
Vendredi 23 octobre	**19h30**

Intervention / débat & buffet (gratuit) + film (payant)

L'intoxication (d'origine militaire) consiste à fournir des informations erronées à un adversaire pour l'induire en erreur (pour qu'il prenne de mauvaises décisions). **L'intoxication vise un état-major ou, plus généralement, un groupe restreint.**

La désinformation, elle, vise l'opinion publique. Elle suppose trois éléments : une manipulation de l'opinion publique, des moyens détournés et des fins politiques internes ou externes.

Ainsi la désinformation est une manipulation de l'opinion publique à des fins politiques avec une information traitées par des moyens détournées.

II - Le cheval de Troie et Sun Tzu

A) Le cheval de Troie

Pour saisir l'exemple, il est nécessaire de rappeler les faits : la guerre de Troie est entreprise à la suite de l'enlèvement d'Hélène, épouse du roi de Sparte, Ménélas, par le troyen Pâris, fils de Priam, roi de Troie… Les Grecs font le siège de Troie, en vain. Ulysse a alors l'idée du cheval de bois (le support ou le thème de la désinformation). La flotte grecque feint de se retirer,

abandonnant le cheval sur la plage. Un agent d'influence (Sinon) convainc les Troyens et notamment les jeunes gens (caisses de résonnance indispensable à la réussite de l'opération) de faire entrer le cheval dans la ville (ce cheval renvoie à la déesse Pallas également adorée par les Troyens)… La population acquiesce, la cécité gagne les esprits (l'auto désinformation entre alors en jeu, le désinformé devient lui-même désinformateur). Croyant la guerre terminée, les Troyens festoient. La nuit venue, les guerriers grecs sortent du cheval et ouvrent les portes. Troie est pillée, les membres de la famille royale tués ou emmenés en esclavage, et Ménélas peut enfin ramener Hélène à Sparte, vingt ans après son enlèvement !

B) Sun Tzu

Selon Sun Tzu (général et stratège chinois du V°siècle av. J.-C.), l'art suprême de la guerre consiste à soumettre l'ennemi sans combattre. Comment ? Il suffit de dépouiller des moyens ou du désir de combattre. La désinformation vise justement ce désir de combattre. Les préceptes du grand général sont édifiants :

-Discréditez tout ce qu'il y a de biens dans le pays adverse : le discrédit des valeurs traditionnelles est destructeur de l'identité d'un peuple…

-Impliquez les représentants des couches dirigeantes du pays adverse dans des entreprises illégales. Ebranlez leur réputation et livrez-les, le moment venu, au dédain de leurs concitoyens (cf. la fracture entre gouvernants et gouvernés)

-Répandez la discorde et les querelles entre les citoyens du pays adverse soit le vieil adage, *Divide et impera* (on peut prendre l'exemple des porteurs de valises pendant la guerre d'Algérie)

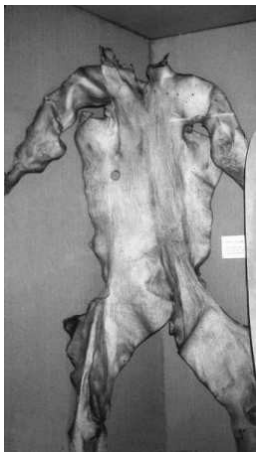
-Excitez les jeunes contre les vieux (conflit générationnel), ridiculisez les traditions de vos adversaires

En outre, Sun Tzu recommande l'emploi de chansons et de musiques lascives, le recours aux prostituées, les cadeaux de jade et de soir… bref encourager un hédonisme amollissant et paralysant. La désinformation doit prendre le train en marche, exploiter les conflits existants et les envenimer… L'écriture et surtout l'imprimerie vont multiplier les possibilités de la désinformation dans tous les domaines…

III – La désinformation au temps de l'imprimerie : c'est vrai puisque je l'ai lu !

Trois phénomènes vont servir / amplifier la désinformation ou, pour le dire autrement, la rendre plus efficace. **L'invention de la presse à imprimer par Gutenberg**, en 1434, permet - techniquement - de reproduire la désinformation *ad libitum*, **la naissance de la presse** (lancement du premier périodique à Cologne, en 1470) quant à elle va créer **l'opinion publique**. Or plus l'opinion publique compte, plus elle réclame d'information, plus elle reçoit d'information et plus l'opinion publique compte (cercle vicieux).

La Révolution française a donné lieu à plusieurs manœuvres de manipulation de l'opinion publique ainsi que l'illustrent le nouveau calendrier républicain (Barère n'a-t-il pas dit que les Saints sont les derniers émigrés de la Révolution ?), **la fête de l'Opinion** ou encore **la tentative de modification de la toponymie**. Dans ce dernier cas, de quoi s'agit-il ? Les révolutionnaires entendent remplacer les mots « saint, château, roi, comte, croix » par d'autres plus conformes à la situation. Ainsi Buy-le-Roi devient Buy-la-République, Grenoble Grelibre, etc. Toutefois, ce changement dans la toponymie pose de sérieux problèmes à l'administration (avec des dysfonctionnements dans l'acheminement des correspondances), la désinformation ayant dépassé en l'occurrence ses propres objectifs... Au contraire de l'Ancien Régime, la Révolution s'efforce d'imposer certaines façons de penser. Ainsi elle est seule à détenir la vérité et elle a donc tous les droits y compris celui de rayer une population de la carte. « La Vendée doit n'être qu'un grand cimetière », déclarait Turreau. **Le thème que la Révolution a trouvé pour justifier *a priori* et *a posteriori* cette extermination est simple : les Vendéens ne sont pas des hommes comme les autres…** Dès lors il est possible d'exterminer les Vendéens. La désinformation sur le génocide vendéen a été entretenue par l'enseignement de la République moins par la calomnie que la sous information.



Cette peau de Chouan était exposée au Muséum des Sciences Naturelles de Nantes. Finalement, elle a été retirée du musée suite à la demande de plusieurs associations…

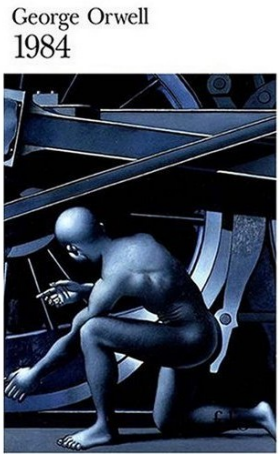
IV - La Russie soviétique : la référence en matière de désinformation

A) Les compagnons de route d'une vérité à géométrie variable…

Il y a deux mots en russe pour la vérité, Istina qui signifie le contraire du mensonge et Pravda qui signifie la vérité au sens de la justice… Pour Lénine la seule vérité c'est qu'il n'y a pas de vérité. Et la seule justice c'est la volonté du parti. Le journal édicte la vérité et la justice du jour… Il s'agit là de l'empirisme désorganisateur de Lénine. **Avec Staline, la désinformation atteint une dimension métaphysique. En effet elle porte aussi sur le passé tel qu'il aurait dû être ainsi il ne suffit pas seulement d'assassiner Trotski, il faut aussi l'effacer de l'histoire** (cf. les photos ci-contre). Les procès fournissent également un bon exemple du mécanisme à l'œuvre : les supports de la tromperie sont à la fois consentants et victimes... La désinformation est un art mais elle a besoin de ses idiots utiles, autres façon de parler les compagnons de route du communisme. En l'occurrence le désinformé ne se laisse jamais tromper sans une part plus ou moins grande d'acquiescement, l'Occident aurait pu savoir, s'il l'avait voulu, que les atrocités communistes en Russie n'avaient pas d'équivalent dans le monde depuis le début de l'Histoire. Pourtant les témoignages sur la nature du système et notamment sur l'univers concentrationnaire abondent. Ainsi *Un bagne en Russie rouge, Solovski, L'Ile de la Faim, des Supplices, de la Mort* de Raymond Duguet est paru en 1927…

B) La langue de bois ou la désinformation portée à sa perfection

Staline a fait entrer la désinformation dans le domaine de la science passée et présente. Ainsi Yablotchkine est présenté comme l'inventeur de l'ampoule et Lyssenko garantit l'hérédité des caractères acquis. **Parmi les trouvailles de génie des désinformateurs, il faut évoquer la langue de bois. Le communisme ne s'est pas contenté d'exiger des gens qu'ils agissent et qu'ils pensent de telle ou telle façon, il a aussi voulu qu'ils parlent comme il fallait parler sachant bien que la pensée est impuissante sans parole et qu'un certain vocabulaire la corsète. Il ne s'agit pas de parler pour dire quelque chose mais pour obtenir un certain effet.** La langue de bois est codée, ainsi accuser untel d'erreur ou d'avoir manqué de vigilance équivaut à un avertissement ou à une menace… La seule réponse possible à un discours en bois est un autre discours en bois**. La fonction de cette langue est double, elle cherche à la fois à amplifier le pouvoir idéologique et à (faire) adhérer au pouvoir. L'un des objectifs de la désinformation consiste à se substituer à l'information véritable. Dans *1984*, George Orwell donne une analyse remarquable d'une langue de bois imaginaire, la Novlange** laquelle cherche délibérément à appauvrir le vocabulaire ainsi « chaque réduction était un gain puisque, moins il y avait de choix, moins on avait la tentation de penser. ». Dans son ouvrage *Petite histoire de la désinformation,* Volkoff cite Koestler qui parodie le trucage marxiste : ainsi la démocratie est-elle l'expression unanime de la volonté unanime du peuple unanime…



Orwell qui a été contemporain du nazisme et du communisme imagine un totalitarisme absolu, qui ne contrôlerait plus seulement les actes mais surtout les esprits, et avec eux la mémoire, et donc la vérité, la science et l'histoire.

C) La désinformation et les services spéciaux

Ce n'est que dans le courant du XX° siècle que la doctrine du R.A.P. a été adoptée par la plupart des nations modernes. R.A.P. pour Renseignement, Action, Protection. Protection fait référence au contre-espionnage offensif lequel consiste à noyauter, infiltrer les services spéciaux adverses soit une proximité évidente avec la désinformation : l'un et l'autre cher-

che à pénétrer la pensée de l'adversaire, à penser à sa place… Ce rôle incombait au département A du KGB. **Dans la plupart des cas, la méthode du département A du KGB était à peu près la même :**
-recueil d'éléments permettant d'accréditer telle ou telle désinformation : par exemple recueil de signatures de diplomates américains au bas de cartes de vœux de Nouvel an qui authentifieraient le support de l'opération ;
- recrutement d'un ou plusieurs relais ;
- choix d'un thème de désinformation ;
-action, au moyen d'une série de caisses de résonnance, certaines manipulées directement, contre rétribution ou sous pressions diverses, d'autres répétant par crédulité les faux renseignements mis en circulation ;
-psychose souhaitée aboutissant à l'auto désinformation.

Un exemple suffira pour comprendre de quoi il s'agit. **L'Opération SIDA** (1983-1985) consistait à faire croire, surtout dans les pays du Tiers Monde, que le virus du SIDA est le produit d'un laboratoire de guerre biologique américain. L'objectif était, naturellement, d'encourager les sentiments anti-américains….Les Soviétiques ont reconnu dès 1987 qu'il s'agissait d'une opération de désinformation mais leurs aveux sont loin d'avoir convaincu tout le monde surtout en Afrique et en Asie…

V - La désinformation : comment est-elle conçue ?

A) La désinformation : mode d'emploi

La façon la plus simple d'exposer une opération de désinformation est de la comparer à une opération de publicité. Soit :

Le client	Le client bénéficie de l'opération et règle les frais. Dans le cadre des développements précédents, il s'agit du parti communiste à vocation internationale sous la forme du Politburo du PCUS.
L'agent / les caisses de résonances	Une agence de désinformation (le département A du KGB) emploi des agents, généralement appelés agents d'influence. Les américains enseignent que les agents d'influence se recrutent pour 4 raisons lesquelles peuvent se résumer par le mot MICE (souris) pour *monney, idéology, sex and ego.* Toutefois une seule caisse de résonnance ne suffit pas. Il faut que le thème de la symphonie *désinformante* soit repris par tout l'orchestre ce qui n'est pas aussi difficile que cela, les médias copiant les uns sur les autres (ils parlent de ce dont on parle).
L'étude de marché	Le public est toujours ciblé.
Les supports	A la différence de la publicité qui ne dupe pas complètement le public (l'acheteur potentiel sait très bien qu'il ne sera pas couvert de baisers par de jolies femmes parce qu'il utilise le dentifrice X), la désinformation cherche à amener le public à croire… Exemple : écriture d'une lettre équivoque portant l'en-tête des Etats-Unis. En l'occurrence, il s'agit d'un faux mais son utilisation dans un certain contexte la transforme en support d'une opération de désinformation…
Les relais	Le mot et l'image transmis par la presse écrite, parlées, filmées, télévisées informatisée. En désinformation plusieurs relais sont indispensables.
Le thème	Toute campagne doit avoir un thème aussi simple que possible. A la différence de la publicité qui traite le thème par la répétition du slogan et d'images, la désinformation peut traiter le thème de plusieurs manières : en ne diffusant pas une information, en diffusant une information incomplète, tendancieuse et/ou fausse, en saturant l'attention du public par une surinformation, en commentant de manière orientée (dans un langage accessible).
La cible	La cible est, par définition, l'opinion publique de la population visée. La cible doit être plus ou moins *consentante*. En effet, la tolérance de la désinformation est limitée : elle est directement proportionnelle à l'ignorance de la population sur un point donné. Par exemple, si la campagne a pour but de préparer une action hostile, on créera ou accroitra l'hostilité que la population peut éprouver pour l'ennemi désigné (Ex. : on va comparer Saddam Hussein à Hitler et ensuite préparer l'opinion mondiale à bombarder l'Irak à outrance).
La diabolisation	Elle repose sur des données truquées et fait partie d'un plan d'ensemble. Pour cela elle s'appuie sur des supports de désinformation : faux renseignements, fausses déclarations, fausses photos, etc.
Le manichéisme	La désinformation vise toujours à créer deux camps : les bons d'un côté et les méchants de l'autre : Armagnacs et Bourguignons, Guelfes et Gibelins, révolutionnaires et contrerévolutionnaires, nordistes et sudistes, Etats-Unis / URSS, etc. L'opinion publique est un grand enfant et procède avec l'aide d'un souffleur : le désinformateur !
La psychose	Une opération réussie crée dans le public une quasi unanimité de caractère psychotique (on sort du monde réel) et un état irrationnel qui le pousse à ne plus voir que ce qu'on lui donne à voir (le désinformé devenant à son tour désinformateur). La désinformation s'adresse aux passions…

B) Accessoires verbaux

La désinformation n'est pas toujours produite par un désinformateur, elle est souvent le témoignage d'un état d'esprit collectif. Les exemples abondent. Ainsi la page 165 de la *Grammaire française et impénitente* parue chez Payot : Frankenstein, Dracula, Landru, Pie XII, Al Capone sont des noms propres… Quid de la présence de Pie XII dans cet aréopage de monstres et de criminels ? L'objectivité n'existe pas. Les dictionnaires ont aussi beaucoup servi à exprimer la sensibilité politique de leurs auteurs. **Le dictionnaire des synonymes Larousse de 1977 donne un bon exemple du mécanisme à l'œuvre. Prenons quelques mots et proposons une alternative, *l'effet* n'est plus le même :**

Suite dans le prochain numéro (partie II)

Régie du secteur socioculturel
Activité cinéma
Loriol sur Drôme

Le journal du Cinéma Espace(s)

N°32 bis - OCTOBRE 2009

La désinformation (2ème partie)

Mots (extraits)	Larousse	Alternative
Noble	Autrefois les nobles possédaient des droits exorbitants	Les nobles ont été massacrés sous la Terreur par des brutes sanguinaires
Opprimer	L'armée opprimait la liberté	Les démocraties populaires opprimaient la liberté
Orateur	Tribun, s'applique surtout à un orateur qui défend les intérêts des couches sociales exploitées	Charles de Gaulle était un grand orateur
Ordre	Le ministre prétendait que les grèves troublent l'ordre public	Sans ordre il n'y a pas de société possible.
Ouvrier	Les ouvriers ne voteront pas pour ce candidat de droite.	Déçus par les partis de gauche qui n'ont pas tenu leurs promesses, les ouvriers voteront pour le candidat conservateur.

La désinformation est une manipulation (cf. l'insistance des auteurs et la convergence des exemples donnés) de l'opinion publique à des fins politiques (la lutte des classes) avec une information traitée par des moyens détournées (un dictionnaire).

VI - La désinformation au temps de l'image : c'est vrai puisque je l'ai vu !

La radio joint les avantages du bouche à oreille à ceux de l'imprimé. Mais la télévision constitue une « avancée » supplémentaire. **La supériorité de l'image en matière de désinformation est manifeste. Les avantages de l'image sont multiples :**

-Elle est littéralement indéniable (j'ai vu)

-Elle n'a pas besoin de passer par notre cerveau pour atteindre, selon le cas, notre cœur ou nos tripes (le cerveau se méfie par nature)

-L'image par sa nature même se prête à toutes les manipulations : sélection, cadrage, angle de prise de vue, animation éventuelle, tout y est pour porter l'attention du spectateur là où l'on souhaite qu'elle se porte

-L'image, davantage que les mots, s'adresse aux masses : facile à percevoir, à reproduire, elle devient aussitôt un sujet de conversation.

A la télévision, la brièveté des interventions empêche naturellement tout approfondissement de l'information. Dans l'ouvrage de Volkoff (cf. supra), l'auteur note les durées maximum d'intervention type : commentaire d'un spécialiste (50 secondes), évènement à l'étranger (75 secondes) et reportage (120 secondes).

Toute pensée qui excède une minute pour se développer est exclue dans un journal télévisé, audimat oblige. « Il faut changer de sujet avant que le téléspectateur ne change de chaîne » est la devise des producteurs d'aujourd'hui. L'émotion sentimentale et sensuelle est seule capable de retenir un peu son attention. La contradiction n'est pas télégénique, l'accumulation l'est, exit dès lors la dialectique (thèse/antithèse/synthèse). **Le marché aux images est une facilité qui devient une « catastrophe ». Ainsi l'agence WTN vend des images à toutes les télévisions du monde…** On n'achète que du sensationnel, ce dernier par définition simplificateur est souvent manichéen.

Les associations d'images ou effets spéciaux et les photomontages sont des outils efficaces au service du désinformateur.

A) Associations / effets spéciaux :

Qu'évoque le regard de cet homme ? La faim, la tristesse ou encore le désir… Toute dépend du rapprochement effectué (voir les associations possibles page suivante)…

B) Photomontages

Les photomontages désinformants sont aussi vieux que la photographie elle-même. Les soviétiques ont révélé des qualités certaines dans cet art du trucage. **Trotski, Staline, Radek, Boukharine, Zinoviev vont apparaître et disparaître à la « demande » sur les mêmes photos**, selon les circonstances.

Les photos célèbres d'Iwo Jima et de la prise du Reichstag sont posées…

Le Drapeau rouge sur le Reichstag.

Le photographe de guerre, Evgueni Khaldei réalise le 2 mai 1945, sur le toit du Reichstag, l'une des photographies les plus connues du XX° siècle : le drapeau soviétique flottant sur la ville vaincue. Sur l'original, l'officier porte une montre à chaque poignet. Comme de nombreuses informations circulaient alors sur les exactions et les pillages commis par les soldats soviétiques, l'image est retouchée, la montre du bras droit est effacée …

Photographie de la première installation du drapeau réalisée par le sergent d'état-major Louis R. Lowery.
Ci-dessous la photographie « officielle ».

Sur la page du journal annonçant la mise à prix des têtes de Tito et de Mihailović, celle de ce dernier a disparu pour que Tito apparaisse comme le seul et unique résistant. La France n'échappe pas au phénomène. Ainsi **Georges Bidault**, grand résistant, **disparaît des photos prises le 26 août 1944, lors du défilé de la libération de Paris, sur les Champs-Élysées qu'il descend aux côtés du général de Gaulle, ses positions pendant la guerre d'Algérie lui valant cette disgrâce…**

VII - Désinformation : des cas d'école

Quelques scandales journalistiques, relevant soit de la désinformation pure et simple, soit d'articles bidonnés, éclaireront avantageusement, si besoin est, le lecteur sur la démonstration.

A) Les charniers de Timisoara

Les charniers de Timişoara est une affaire médiatique, aboutissant à une désinformation du public sur la réalité des événements survenus en Roumanie lors de la révolution de 1989. L'affaire eut lieu en décembre 1989, lors de la chute du régime Ceausescu. D'abord de quelques centaines de morts annoncés, les télévisions ont annoncé jusqu'à 70 000 morts quelques jours plus tard, trouvés dans des charniers. Le journal *L'Événement du jeudi* du 28 décembre 1989 a même titré : « Dracula était communiste ». Ce n'est qu'en février 1990 qu'il fut établi qu'il s'agissait là d'une intoxication. Cette désinformation semble essentiellement due à une compétition des médias entre eux, chacun reprenant l'information du concurrent en l'amplifiant. Le sociologue Pierre Bourdieu a appelé ce phénomène « la circulation circulaire de l'information ».

B) L'affaire des couveuses : Irak acte I

L'affaire des couveuses au Koweït a débuté le 10 octobre 1990, lors de l'invasion du Koweït par les armées de Saddam Hussein. Il s'agissait d'une campagne de désinformation destinée à justifier l'entrée en guerre des puissances occidentales contre l'Irak auprès de l'opinion publique… Une jeune femme témoigne, les larmes aux yeux, devant le Congrès américain. L'événement est retransmis rapidement par les télévisions du monde entier : « [...] Ma mère et moi étions au Koweït le 2 août pour passer de paisibles vacances. Ma sœur aînée avait accouché le 29 juillet et nous voulions passer quelque temps [...] auprès d'elle. [...] **Pendant que j'étais là, j'ai vu les soldats irakiens entrer dans l'hôpital avec leurs armes. Ils ont tiré sur les bébés des couveuses, ils ont pris les couveuses et ont laissé mourir les bébés sur le sol froid. J'étais horrifiée.** [...] » Ce témoignage a beaucoup ému l'opinion publique internationale et amena celle-ci à soutenir l'action des puissances occidentales contre les armées de Saddam Hussein lors de la première guerre du Golfe. **En fait, ce témoignage était entièrement faux. La jeune fille était la fille de l'ambassadeur du Koweït à Washington. L'association *Citizens for a Free Kuwait*, organisée par le gouvernement du Koweit exilé avait commandé cette campagne à la compagnie de relations publiques Hill & Knowlton (pour la somme de 10 millions de dollars).**

Roumanie : Suite aux émeutes des 17 et 19 décembre 1989, les opposants ont réalisé cette macabre mise en scène en déterrant une vingtaine de cadavres du cimetière. Malgré les doutes de certains envoyés spéciaux, les rédactions s'emballent.

C) L'affaire des armes de destruction massive :
Irak acte II

La deuxième guerre d'Irak a été menée sous l'impulsion des États-Unis. Après avoir lancé une offensive en Afghanistan, lieu où Ben Laden se serait réfugié, et suspectant des liens entre l'Irak et al-Qaida, George W.Bush charge Donald Rumsfeld et Tommy Franks de constituer un plan d'attaque contre l'Irak, c'est le plan d'opération 1003V, qui est une « évolution » du plan de guerre de la première guerre du Golfe. Les raisons invoquées officiellement étaient principalement :

Raisons officielles	Analyse
la « lutte contre le terrorisme », l'Irak étant présenté comme un État soutenant al-Qaida, responsable entre autres de l'attentat contre le navire militaire USS Cole, des attentats contre plusieurs ambassades des États-Unis en Afrique et des attentats du 11 septembre 2001	Ces accusations ont depuis été démontrées comme non fondées, y compris par le sénat américain, Saddam Hussein considérant l'extrémisme islamiste comme une menace pour son régime (il n'y avait aucun lien entre l'Irak et Al-Qaeda).
l'élimination des armes de destruction massive qu'était censé détenir l'Irak	*L'Irak survey group* chargé par le gouvernement américain de trouver ces armes déclara en septembre 2004 qu'il n'y avait plus aucune arme chimique depuis 1991, ni aucun programme en cours en vue d'en obtenir de nouvelles et que seules ont été collectées dans tout le pays 500 munitions abandonnées ou oubliées et dans un état dégradé, datant de la guerre Iran-Irak
l'arrestation de Saddam Hussein, l'instauration d'une démocratie et la pacification de la région par un effet d'exemple.	Ces éléments sont contestés par de très nombreux analystes, journalistes et responsables politiques. Certains éléments provoquent des interrogations sur les motivations réelles de l'intervention, comme : -les liens entre les néoconservateurs au pouvoir à Washington et des entreprises d'exploitation pétrolière, notamment le Groupe Carlyle, Enron, Halliburton Energy Services (qu'a présidé Dick Cheney) et Unocal (dont Hamid Karzai fut l'un des conseillers) -les liens entre les néoconservateurs au pouvoir à Washington et des entreprises sous-traitantes de l'armée (dont Halliburton) -la décision de l'Irak de ne plus faire valoir son pétrole contre des devises en dollars mais en euros

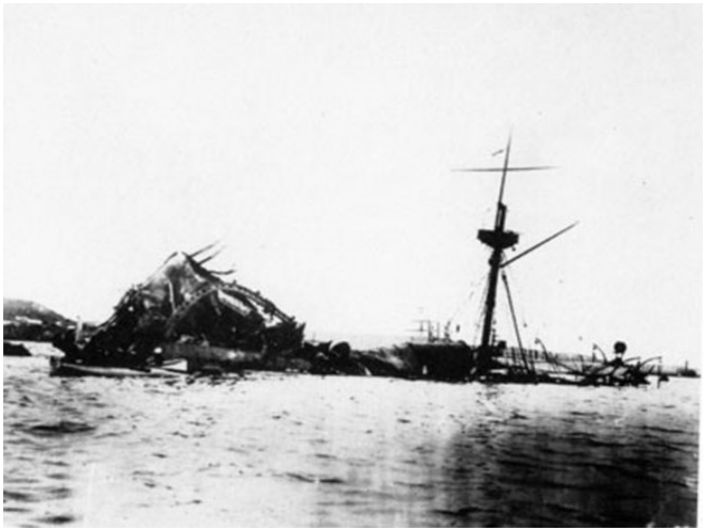
Le 10 octobre 1990, le témoignage télévisé de Nayirah, jeune Koweitienne de 15 ans affirmant avoir assisté au massacre de bébés arrachés des couveuses d'une maternité de Koweït City par la soldatesque irakienne, emporte l'adhésion de l'opinion mondiale à une guerre de coalition contre « le nouvel Hitler et sa quatrième armée du monde ».

Les États-Unis et le Royaume-Uni ont décidé d'attaquer l'Irak sans l'aval de l'ONU. Comme après la guerre du Kosovo, elle aussi illégale à ses débuts, en 1999, la guerre en Irak a été légalisée *a posteriori* et *de facto* par les résolutions suivant la guerre et organisant l'occupation du pays. **Les anciens secrétaires généraux des Nations unies Kofi Annan et Boutros Boutros-Ghali ainsi que plusieurs gouvernements ont qualifié la guerre d'illégale…**

VIII - La guerre hispano-américaine de 1898 : une illustration en guise de conclusion

Les Etats-Unis sont coutumiers du fait, il suffit pour cela de revenir un peu en arrière avec la Guerre hispano-américaine de 1898. Cette guerre a eu pour conséquence l'indépendance de Cuba et la prise de contrôle d'anciennes colonies espagnoles dans les Caraïbes et le Pacifique par les États-Unis. On voit aisément à qui profite le « crime ». L'explosion du cuirassé USS Maine a été l'évènement déclencheur. La tragédie aura pour conséquence de précipiter la guerre hispano-américaine, le cri de ralliement *remember the Maine* (souvenez-vous du Maine) étant utilisé par la faction belliciste de l'opinion américaine.
Dans cette affaire, le rôle de la presse n'est pas neutre. **Le groupe de presse Hearst œuvra en faveur de la guerre.** Il publia des récits sensationnalistes sur les atrocités que les « Espagnols cruels » infligeaient aux « pauvres Cubains ». Scandalisés, les Américains étaient incités à demander une intervention… **Hearst est connu pour sa célèbre réponse à son illustrateur, Frederic Remington, qui estimait que les événements à la Havane ne justifiaient pas une guerre : « Vous fournissez les images, et je fournirai la guerre. »**

Synthèse réalisée par Olivier VENET,
Directeur de la régie
& Laurent FOURNET,
Intendant au collège Ponsard de Vienne



Le cuirassé USS Maine, coulé dans le port de La Havane (15 février 1898).

Février 2003 : Colin Powell, secrétaire d'Etat américain, dévoile à l'ONU des «preuves» démontrant que le régime de Saddam Hussein continue à fabriquer des armes de destruction massive…

Qu'y avait-il vraiment dans cette fiole censée contenir de l'anthrax ?

Ci-dessous : section de descente de gouttière ou « tube en aluminium pour l'enrichissement de l'uranium ? »

Tarif plein : 7 euros - Tarif réduit : 6 euros
Abonnement de 10 places : 55 euros.

Programme disponible sur camerapress,
cinefil.com, allocine.fr & loriol.com
Info. / horaires : 08 92 68 07 46 (0,34 € / mn)